



Editörden

MEDIAJ'da Yeni Bir Dönem Başlıyor...

Mediaj, 2022 yılının sonuna geldiğimiz şu günlerde Aralık sayısı ile yeniden okuyucusu ile buluşuyor. Aralık 2022 sayımızı, iletişim alanına geniş bir çerçeveden yaklaşan sekiz makale ile yayınlıyoruz.

Bu sayıdaki ilk makalemiz, Zeynep Alkan ve Sevilay Ulaş tarafından kaleme alınan, "Practices of Social Media and Influencer: A Research Based on Influencers' Followers" başlıklı çalışma. Alkan ve Ulaş ele aldıkları çalışmada, Influencerlar'ın sosyal medya ile birlikte hayatlarımıza girmesi ile sosyal medya kullanım pratiklerimizdeki değişkenlere odaklanıyor. Özellikle Instagram'ın, sosyal medya takipçilerinin en çok Influencer'ı takibe aldıkları platform olarak varlığından bahsediyor.

İkinci makale çalışması ise, Mustafa Cıngı, Elifnur Mirza ve Kübranur Samen'in imzasını taşıyor. "Web Kamerasını Açmak ya da Açmamak: Uzaktan Senkron Eğitimde Derse Giren Lisans Öğrencileri Web Kamerasına Nasıl Bir Anlam Yüklüyorlar?" başlıklı çalışmada yazarlar, Covid-19 pandemisi ile birlikte hayatlarımıza tamamen entegre olan uzaktan eğitim sistemleri üzerinden, öğretene ve öğrenene arasındaki karşılıklı iletişimi ve bu iletişimde özellikle web kamerasının yerini konu ediniyor. Fenomenoloji yöntemi ile ele alınan çalışmada, web kamera açmanın öğrencilerin gözünde akademi başarı ile özdeşleştiği gibi dikkat çekici bir bulgu ve iddiaya yer veriliyor.

Üçüncü makale, Buse Ergül Kargı'nın yüksek lisans tezi üzerinden ürettiği, "Senaryonun İki Boyutlu (2D) Bulmaca Platform Türü Oyunların Başarısına Etkisi" başlıklı çalışması. Ergül Kargı çalışmasında, oyun araştırmaları alanına derinlemesine girerek, oyun türlerinden biri olan iki boyutlu bulmaca platform türü oyunların özelinde bir değerlendirme gerçekleştiriyor. Bu tür oyunların, özellikle önemli etkenlerinden biri olarak senaryo unsurunu ele alıyor ve diğer oyun bileşenlerinin yanı sıra, bu tür oyunlarda özellikle senaryonun asıl güdüleyici unsur olarak çalışıp çalışmadığına bakıyor.

Dergimizde yer alan dördüncü çalışma ise, Gülten Adalı, Pelin Ügümü Aktaş ve Şükrü Aydın'a ait. "Kriz İletişiminde Femvertising Stratejisinin Kullanımı: Dardanel Ton "Elinize Sağlık" Reklamı Örneği" başlıklı çalışmalarını yazarlar, 2021 yılında Dardanel Ton markasının sosyal medyada geçen firmanın üretim videoları ile gündeme gelen hijyen krizi ve bu çerçevede markanın kriz yönetimi olarak kurguladığı iletişim stratejisinin, izleyici tarafından nasıl algılandığı üzerine kurguluyor. Araştırma neticesinde, izleyicinin maruz kaldığı içeriklere karşı tepkilerinin sürdüğü ve markanın krizi yetersiz yönettiği ifade ediliyor. Femvertising stratejisi olarak adlandırılan yaklaşım biçiminin gelecek reklam çalışmalarında markalar için stratejinin ruhuna uygun ve izler kitle üzerinde samimi bir etki bırakacak şekilde kurgulanması gerektiğine dair bir iddia paylaşıyor.

Beşinci makale, Yaren Demirel ve Muhammed Bilal Arık'ın kaleminden çıkan, "Yeni Medyada Barış Gazeteciliği: Rusya- Ukrayna Savaşı'nda Cüneyt Özdemir Örneği" başlıklı çalışma olarak dergimizde yer alıyor. Demirel ve Arık, son yıllarda dikkati çeken bir kullanım içimi olarak Barış Gazeteciliği kavramına değiniyor ve Cüneyt Özdemir'in içeriklerini bu kavram üzerinden inceleme altına alıyor. Yeni medyada barış gazeteciliği terimi, çalışma dahilinde Rusya-Ukrayna Savaşı bağlamında, dijital yayıncılık üzerinden ele alınarak, henüz literatürde de üzerinde durulmamış bir konunun analizi olarak dikkat çekiyor.



Altıncı çalışma, Emrah Onur Karataş'ın ele aldığı, "Çocuk Odaklı Haberlerin Ana Akım ve Alternatif Medyada Sunumu: İzmir Depremi Örneği" başlıklı makale olarak karşımıza çıkıyor. Karataş çalışmasında, İzmir'in Seferihisar ilçesinde 30 Ekim 2020'de yaşanan 6.6 şiddetindeki depreme dair haberlerin medyada yer alması çerçevesi üzerinden, çocukların medyada nasıl, ne kadar ve ne şekilde yer aldığı sorusu ile yayın organlarının çocuk hakları odaklı olup olmadığı noktasına konsantre oluyor. Çalışmada yer alan yayın organlarının yaklaşım ve söylem biçimleri doğrultusunda, çocuk odaklı haber içeriklerinde, ana akım medyanın dramatik bir söylem benimsediği bulgusu dikkati çeken bir bulgu olarak sunuluyor.

Yedinci makale, Miyase Nur Baş'a ait, "Tüketim Kültürü Bağlamında Hafta Sonu Eklerinde Sunulan Yaşam Tarzları" başlıklı çalışma. Baş çalışmasında, 1980'li yıllardan itibaren Türkiye'de meydana gelen ekonomik, kültürel ve sosyal gelişmeler ışığında, medyanın tutumunu, bu bağlamda özellikle kitlesel tüketime yönelik çeşitli yaşam tarzlarının sunuluş biçimini ele alıyor. Bu çerçevede dönem tirajı en yüksek yayın organları olan Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetelerinin hafta sonu eklerinin, belirli bir süreçte analizi gerçekleştiriliyor ve bulgu olarak "metin içeriklerinin kitlesel, bütünlendirici ve her şeyin herkese hitap ettiği postmodernist bir tüketim kültürünü inşa ettiği" iddiasına ulaşıyor.

Bu sayının sekizinci ve son makalesi ise Serra Orkan'ın imzasını taşıyan, "The Use of Digital Effects on Storytelling in Turkish Cinema" başlıklı çalışma. Orkan makalesinde, Türk Sinemasında özellikle aksiyon ve dram türlerinde yer verilen görsel efekt kullanımına değinerek, dijital efekt kullanımının öykü anlatımını destekleyip desteklemediği sorusunu, söylem analizi yöntemi ile sunuyor. Sonuç olarak, efektlerin bazı yapımlarda öyküyü desteklerken, bazı yapımlarda ise olumsuz etki yarattığı bulgusu çalışma çerçevesinde paylaşılıyor.

2020 yılından bu yana Editörlüğünü üstlendiğim süreç dahilinde, dergi ekibimiz ile yayına hazırladığımız beş sayı, bize kolektif çalışmanın gücünü hissettirdiği gibi önemli bir motivasyon kaynağı da oldu. Bu süreçte, yeni bir kimlik ve bakış açısı ile yolda olduk. Siz değerli yazar, hakem ve editörlerimizin desteği ile medya ve iletişim çalışmaları alanına özgün katkı sağlayan çok sayıda makaleye yer verme ve alanyazına katkı sağlama şansını birlikte yakaladık. Süreç bizi, MEDIAJ'ın birçok seçkin ulusal ve uluslararası indeks ve veritabanına dahil olduğu, başarılı bir noktaya taşıdı. En nihayetinde yolumuz, MEDIAJ'ın TRDizin ve ESCI indekslerinden onay beklediği ve bizleri emeklerimizin karşılığı olarak tatmin eden bir noktaya kadar da getirdi. 2023 yılı itibarıyla bu zorlu ancak aynı oranda keyifli görevi, değerli meslektaşım Doç. Dr. Eren Ekin Ercan'a devrediyorum. Görev değişiklikleri benim açımdan akademik hayatın önemli bir ritüeli.

Bir kez daha bu sayımıza katkı sağlayan başka tüm dergi ekibimize, ardından kıymetli çalışmalarını ile sayımızda yer bulan yazarlarımıza, yazıları değerlendiren hakemlerimize ve siz değerli okurlarımıza, teşekkürlerimizle...

Keyifli okumalar...

Doç. Dr. Pelin ERDAL AYTEKİN

Editör

Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Sinema ABD Öğretim Üyesi





From the Editor

A New Period Begins in MEDIAJ...

Mediaj is getting together with its readers again with the December issue on the day we come to the end of 2022. Our December 2022 issue is published with eight articles based on a wide communication field.

Our first article in this issue is the study titled “Practices of Social Media and Influencer: A Research Based on Influencers’ Followers” by Zeynep Alkan and Sevilay Ulaş. Alkan and Ulaş focus on the variables in our social media usage practices, with influencers entering our lives with social media. In particular, they talk about the existence of Instagram as the platform where social media followers follow influencers the most.

The second article is signed by Mustafa Cingi, Elifnur Mirza and Kübranur Samen. “Turning the Webcam on or Not: What does a Webcam Mean for Undergraduate Students Taking Remote Sync Education Classes?”. The authors of the publication talk about the distance communication between the Covid-19 pandemic and the remote education between the teacher and the learner through the remote education systems that are fully integrated into our lives, and especially the place of the webcam in this communication. There is a remarkable finding and claim that turning on a webcam is associated with the academic success of students when considered with the method of phenomenology.

The third article is Buse Ergül Kargı’s work titled “Scenario’s Effect on the Success of 2D Puzzle Platformers”, based on her master’s thesis. In her work, Ergül Kargı makes a special evaluation of two-dimensional puzzle platform games, which is one of the game genres, by going deeply into the field of game research. She considers the scenario element as one of the most important factors in such games and, among other game components, specifically looks at whether the scenario works as the main motivator in such games.

The fourth study in our journal is by Gülten Adalı, Pelin Ügümü Aktaş, and Şükrü Aydın. The authors, in their study titled “The Use of Femvertising Strategy in Crisis Communication: The Case of Dardanel Ton ‘Elinize Sağlık (Thank you)’ Advertisement Campaign”, will examine the hygiene crisis that came to the fore with the company’s production videos of the Dardanel Ton brand on social media in 2021, and how the communication strategy, which the brand has designed as crisis management, can be seen by the audience. builds on what is perceived. A claim is shared that the approach called the femvertising strategy should be designed following the spirit of the strategy for the brands in future advertising studies and in a way that will leave a sincere effect on the audience.

The fifth article is published in our journal as a study titled “Peace Journalism in New Media: The Case of Cüneyt Özdemir in the Russia- Ukraine War” by Yaren Demirel and Muhammed Bilal Arık. Demirel and Arık refer to the concept of peace journalism, which has attracted attention in recent years, and examine the contents of Cüneyt Özdemir through this concept. The term peace journalism in the new media draws attention as an analysis of a subject that has not been discussed in the literature yet, by being handled through digital broadcasting in the context of the Russia-Ukraine War.





The sixth study is the article titled “Presentation of Child-Oriented News in Mainstream and Alternative Media: The Example of Izmir Earthquake” by Emrah Onur Karataş. In his study, Karataş concentrates on the question of how, how much, and in what way children are involved in the media, and whether the broadcasters are focused on children’s rights, within the framework of the coverage of the news about the 6.6 earthquake in the Seferihisar district of Izmir on October 30, 2020. In line with the approaches and discourse styles of the publications in the study, the finding that the mainstream media adopts a dramatic discourse in child-oriented news content is presented as a remarkable finding.

The seventh article is by Miyase Nur Baş, titled “Lifestyles Presented in Weekend Supplements in the Context of Consumption Culture”. In her main work, she deals with the attitude of the media, and in this context, the way of presenting various lifestyles, especially for mass consumption, in light of the economic, cultural, and social developments that have taken place in Turkey since the 1980s. In this context, the weekend edition of Hürriyet, Milliyet, and Sabah newspapers, which are the media organs with the highest circulation of the period, are analyzed in a certain period of time and as a result, the claim is reached that “the content of the texts builds a postmodernist consumption culture in which mass, integrative and everything appeals to everyone”.

The eighth and last article of this issue is the work titled “The Use of Digital Effects on Storytelling in Turkish Cinema” by Serra Orkan. In his article, Orkan mentions the use of visual effects in Turkish Cinema, especially in action and drama genres, and presents the question of whether the use of digital effects supports storytelling with the method of discourse analysis. As a result, the finding that effects support the story in some productions while creating a negative effect in some productions is shared within the framework of the study.

During my time as Editor since 2020, the five issues we prepared for publication with our journal team not only made us feel the power of collective work but also became an important source of motivation. In this process, we were on the road with a new identity and perspective. With the support of you, our dear writers, referees, and editors, we had the chance to include many articles that make original contributions to the field of media and communication studies and to contribute to the literature. The process has brought us to a successful point where MEDIAJ is included in many outstanding national and international indexes and databases. Ultimately, our path brought us to a point where MEDIAJ awaits approval from TRDizin and ESCI indexes, and we are satisfied with our efforts. As of 2023, I hand over this challenging but equally pleasant duty to my dear colleague Assoc. Prof. Eren Ekin Ercan. Duty changes are an important ritual of academic life for me.

Once again, we would like to thank all our other journal team who contributed to this issue, then the authors who took place in our issue with their valuable works, our referees who evaluated the articles, and you, our dear readers.

Happy reading...

Assoc. Prof. Dr. Pelin Erdal Aytekin

Editor

Aydın Adnan Menderes University,

Faculty of Communication, Cinema Academician

